



**PENGARUH PRODUK, CITRA MEREK, HARGA
DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PRODUK HANDPHONE CINA
MEREK LENOVO
(STUDI KASUS PADA AD PLASMA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

MUCHAMAD AFANDI

NIM. 2008-11-063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2014**

**PENGARUH PRODUK, CITRA MEREK, HARGA
DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA PRODUK HANDPHONE CINA
MEREK LENOVO
(STUDI KASUS PADA AD PLASMA KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2014

Mengetahui,

Ketua ProgDi

Pembimbing I

NOOR AZIS, SE, MM
NIS. 0610701000001179

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIS. 0610702010101021

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II

Dr. H. MOCHAMAD EDRIS, Drs, MM
NIS. 0610702010101021

RATIH HESTI UTAMI, SE, MM
NIS. 0610701000001205

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya Allahlah kamu berharap” (Q.3. Alam Nasyyirah: 6-8)

“Tuntut ilmu dan belajarlh (untuk ilmu) ketenangan dan kehormatan diri dan bersikaplah rendah hati (Tawadhu) kepada orang yang mengajar kamu” (Sabda Rosulullah SAW, HR At. Tirmidzi Ibnu Majah)

PERSEMBAHAN :

1. *Ayah dan Ibu ku tercinta*
2. *Teman-teman.*
3. *Almamater UMK*

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, pertama-tama penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PRODUK, CITRA MEREK, HARGA DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK HANDPHONE CINA MEREK LENOVO (STUDI KASUS PADA AD PLASMA KUDUS)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Dalam kesempatan pula penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis selama penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus, serta selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi izin untuk mengadakan, dan memberikan bimbingan dan pengarahan penelitian dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Ratih Hesti Utami, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
4. Karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan ibu serta keluargaku tercinta yang telah memberikan dukungan dan semangat.
6. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis akan bersenang hati untuk menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat. Amin.

Kudus, 2014

Muchamad Afandi
NIM. 2008-11-063



ABSTRAKSI / RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA 1 2014

- A. Nama Penyusun : Muchamad Afandi
- B. Judul Skripsi : **PENGARUH PRODUK, CITRA MEREK, HARGA
DAN PELAYANAN PURNA JUAL TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK
HANDPHONE CINA MEREK LENOVO (STUDI
KASUS PADA AD PLASMA KUDUS)**
- C. Jumlah Halaman : Permulaan xiii, isi 62, Tabel 16, Gambar 1.
- D. Ringkasan :

Pada dasarnya minat beli yang timbul dalam diri seseorang terhadap suatu produk sering kali dipengaruhi oleh daya tarik yang ada pada produk tersebut, mulai dari adanya ragam produk, desain, fitur hingga layanan purna jual yang memberikan jaminan atas keandalan produk tersebut. Minat membeli adalah suatu tahapan sebelum terjadinya keputusan untuk membeli suatu produk (Wahyu Wijaya, 2012). Pada Era sekarang hampir semua produk di pasaran yang beredar di Indonesia tanpa mendapatkan persaingan dari produk China terutama produk-produk elektronik. Hampir setiap varian barang terdapat produk China seperti DVD, televisi China, motor, *HP China* dan yang terbaru *iphone China*. Tidak hanya di Indonesia, produk China juga menyebar ke beberapa negara tetangga. Tingginya nilai ekspor China membuat negara ini menduduki peringkat keempat sebagai negara terbesar dalam bidang perdagangan. China melempar produknya dengan harga yang sangat murah dibandingkan harga barang-barang produksi lokal ataupun produk impor lainnya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah produk, citra merek, harga dan pelayanan purna jual berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk Handphone Cina Merek Lenovo pada AD Plasma Kudus baik secara parsial maupun secara berganda. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh produk, citra merek, harga dan pelayanan purna jual terhadap minat beli konsumen pada produk Handphone Cina Merek Lenovo pada AD Plasma Kudus baik secara parsial maupun secara berganda.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah produk, citra merek, harga dan pelayanan purna jual. Jenis dan sumber data menggunakan data primer dan data sekunder. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 68 responden. Metode pengumpulan data dengan kuesioner, dan studi kepustakaan. Pengolahan data

menggunakan proses *editing*, *coding*, *scoring*, dan tabulasi. Uji instrumen data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis kuantitatif meliputi analisis regresi dan analisis koefisien determinasi (*Adjusted R Square*).

Pengaruh variabel produk, citra merek, harga, dan pelayanan purna jual terhadap minat beli dengan menggunakan Analisis Regresi dengan uji t test (parsial) dan uji F test (simultan) diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk, citra merek, dan pelayanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan, kecuali variabel harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk Handphone Cina Merek Lenovo pada AD Plasma Kudus secara parsial.
2. Produk, citra merek, harga dan pelayanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Handphone Cina Merek Lenovo pada AD Plasma Kudus secara berganda.

E. Daftar buku yang digunakan : 21 (tahun 2001-2013).



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	5
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pemasaran	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2. Minat Beli Konsumen	9
2.2.1. Konsep Minat Beli Konsumen	10

	Halaman
2.2.2. Penilaian Minat Beli Konsumen	11
2.3. Produk	11
2.3.1. Pengertian Produk	12
2.3.2. Unsur-Unsur Produk-Produk	14
2.4. Citra Merek	14
2.4.1. Pengertian Citra Merek	15
2.4.2. Pentingnya Citra Merek	16
2.5. Harga	17
2.5.1. Penetapan Harga	17
2.5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	18
2.5.3. Dimensi Harga	18
2.6. Pelayanan Purna Jual	19
2.7. Penelitian Terdahulu	20
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	21
2.9. Hipotesis	23
BAB. III. METODE PENELITIAN	23
3.1. Rancangan Penelitian	23
3.2. Variabel Penelitian	23
3.2.1. Variabel Penelitian	24
3.2.2. Definisi Operasional.....	26
3.3. Jenis dan Sumber Data	27
3.4. Penentuan Populasi dan Sampel	28
3.5. Pengumpulan Data	30

3.6. Pengolahan Data	30
3.7. Uji Instrumen Data	31
3.7.1. Uji Instrumen Validitas	32
3.7.2. Uji Instrumen Reliabilitas	32
3.8. Analisis Data	32
3.8.1. Analisis Deskriptif	33
3.8.2. Analisis Data Kuantitatif	37
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	37
4.1.1. Gambaran Handphone Merek Lenovo	40
4.2. Uji Instrumen Data	40
4.2.1. Uji Validitas	42
4.2.2. Uji Reliabilitas	43
4.3. Penyajian Data	43
4.3.1. Identitas Responden	45
4.3.2. Deskriptif Variabel Penelitian	51
4.4. Analisis Data	51
4.4.1. Analisis Regresi	53
4.4.2. Pengujian Parsial (Uji t)	55
4.4.3. Pengujian Berganda (Uji F)	56
4.4.4. Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	
4.5. Pembahasan Pengaruh produk, Citra Merek, Harga, dan Pelayanan Purna Jual terhadap Minat Beli Konsumen	57 60

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran-saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	25
4.1. Hasil Uji Validitas	41
4.2. Hasil Uji Reliabilitas	42
4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	44
4.5. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan	45
4.6. Frekuensi Variabel Produk (X_1)	46
4.7. Frekuensi Variabel Citra Merek (X_2)	47
4.8. Frekuensi Variabel Harga (X_2)	48
4.9. Frekuensi Variabel Pelayanan Purna Jual (X_2)	49
4.10. Frekuensi Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	50
4.11. Hasil Uji Regresi Berganda	51
4.12. Hasil Uji t	53
4.13. Hasil Uji F.....	56
4.14. Koefisien Determinasi (R^2)	57

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Teoritis	21
---	----

